

ABSTRAK

Industri jasa perhotelan yang terus mengalami pertumbuhan sehingga mendorong para pelaku usaha untuk mengembangkan produknya. Hotel Andita Syariah mempunyai letak yang strategis, harga terjangkau dan kegiatan promosi yang baik tetapi belum mampu untuk menarik minat konsumen agar menginap. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan menginap di Hotel Andita Syariah Surabaya.

Pemasaran merupakan aspek penting untuk keberlangsungan suatu organisasi bisnis karena sebagus apapun jasa yang ditawarkan kurang efektif jika tidak berlandaskan pemasaran yang benar dan baik. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 98 responden. Sedangkan teknik pengambilan sampelnya menggunakan metode *Purposive Sampling*. Teknik pengumpulan data melalui kuisioner sebagai data primer. Hasil penelitian menunjukkan produk, harga, promosi, bukti fisik dan proses berpengaruh terhadap keputusan menginap dengan tingkat signifikansi yang dihasilkan $\leq 0,05$.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk, harga, promosi, bukti fisik dan proses berpengaruh terhadap keputusan menginap. Pihak hotel diharapkan untuk lebih meningkatkan lagi kualitas produk, kualitas promosi, kenyamanan lingkungan, proses pelayanannya serta memperhatikan harga agar konsumen menjadi tertarik untuk menginap di Hotel Andita Syariah Surabaya.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Keputusan Menginap

ABSTRACT

The hotel service industry has grown rapidly. As consequence, this condition encourages the businessman to improve their product. Andita Syariah hotel has strategic position, affordable price and good promotion activity. However it cannot attract the customers intention to stay. While, this research aimed to find out the effect of mix marketing on decision of staying of Andita Syariah Hotel Surabaya.

Marketing is an important aspect for the continuity of business organization. Unfortunately, a good service offered by the company would not be effective when it did not have any good marketing. Moreover, the population was 98 respondents. In addition, the sampling collection technique used purposive sampling. Furthermore, the instrument used questionnaire as the primary data. For the research result, it concluded product, price, promotion, Physical evidence and process had affected on the decision to stay with significance level of $\leq 0,05$.

In brief, product, price, promotion, physical evidence and process had affected on the decision to stay. In addition, it expected that the hotel should improve their product quality, promotion quality, environment, service and price in order to get the customers interested to stay at Andita Syariah Hotel Surabaya.

Keywords : *produk, price, promotion, physical evidence, proses, decision of staying*